

Сафиуллин Н.А., Сафиуллина Ч.Р.

Казанский государственный аграрный университет, Казань

ЦИФРОВИЗАЦИЯ СФЕРЫ СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ГОСУДАРСТВЕННОМ УПРАВЛЕНИИ

Аннотация: В статье проведено исследование современных механизмов цифровой трансформации сферы государственного PR, описаны тенденции развития цифрового PR, определена значимость социальных сетей в работе органа государственной власти, особая роль выделена Инстаграму, как основному источнику информационного сопровождения, предложены инструменты эффективного взаимодействия органа власти и населения через Инстаграм, изучены цифровые технологии, которые могут быть использованы при цифровой трансформации в сфере связей с общественностью в государственном управлении

Ключевые слова: pr, связи с общественностью, социальные сети, Инстаграм, виртуальная реальность, дополненная реальность, государственное управление, органы государственной власти

Safiullin N. A., Safiullina CH. R.

Kazan state agrarian University, Kazan

DIGITALIZATION OF PUBLIC RELATIONS IN PUBLIC ADMINISTRATION

Abstract: The article deals with the study of modern mechanisms of the digital transformation of public sector PR, described trends in the development of digital PR, the importance of social networks in the work of the public authority, a special role is dedicated to Instagram as the main source of information support, the tools of effective cooperation of authority and public through Instagram, studied digital technology that can be used in the digital transformation in the field of public relations in public administration

Keywords: pr, public relations, social networks, Instagram, virtual reality, augmented reality, public administration, public authorities

Процесс развития цифровых технологий и их повсеместного проникновения в жизнь людей последовательно оказывает влияние на различные социальные процессы. Процессы цифровизации активно развивается и в сфере государственного управления. Взаимодействие граждан и бизнеса с органами государствен-

ной власти переносятся в виртуальное пространство. Государственные и муниципальные услуги предоставляются в электронной форме на соответствующих порталах, анонс мероприятий, новости и важная информация о деятельности государственных учреждений публикуется, прежде всего, на их официальных сайтах, в социальных сетях и каналах мессенджеров. Соответственно к государственным служащим предъявляются определенные требования в сфере связей с общественностью для эффективного и качественного взаимодействия с гражданами и бизнесом.

Современный PR, mediarelations и digital переживает цифровую трансформацию, выраженную в объединении этих направлений в единую систему цифровой коммуникации. Основные инструменты, к которым прибегают современные органы государственного управления: сторителлинг, переход классического пиара в digital, замена блогеров микроблогерами, установление личного контакта с гражданами, использование новых форматов видео и создание ботов.

Успешное и эффективное присутствие государства в медиапространстве заключается в сочетании цифровых и классических подходов в работе. Пресс-конференции, ведение социальных сетей, пресс-туры и медийная реклама должны сочетаться с механизмами эффективных Digital-коммуникаций. [1]

Сотрудники подразделений информационного сопровождения органов государственной и муниципальной власти должны обладать навыками управления всеми каналами коммуникации, а главной их задачей становится вовлечение аудитории в процесс принятия государственных решений. В прошлом коммуникация носила односторонний характер, в настоящее время в условиях цифровой трансформации она становится многосторонней.

Важные изменения происходят и в области отраслевой журналистики. Профессиональные журналисты, освещающие политические события, являются дорогостоящим ресурсом редакции, так как обладают определенным опытом, знаниями и настроили эффективные контакты с ключевыми государственными служащими и политиками. Однако в настоящее время на их место претендуют эксперты в области государственного и политического управления, которые готовы предоставлять качественный контент бесплатно. Кроме этого, сами государственные деятели становятся самостоятельными медиа, предоставляя аудитории свое мнение, минуя собственные PR-службы. Например, президент США Дональд Трамп, прежде чем важная новость попадет в крупные СМИ, публикует ее в своем твиттере, охват которого намного выше любого крупного издания в США.

В России многие известные политики публикуют важную информацию в Инстаграме, во многих государственных учреждениях обязательным становится ведение аккаунта именно в этой социальной сети, так как охват аудитории становится максимальным. Поэтому крайне важным становится обучение государственных служащих правильному и эффективному ведению Инстаграм аккаунта,

а также использованию инструментов автоматизации взаимодействия с гражданами в данной социальной сети.

Инстаграм может стать одной из лучших и эффективных площадок для продвижения государственных учреждений, и в этом им помогают не только сама платформа, но и сторонние сервисы:

1. Обработка фото (Facetune, VSCO, Canva, Crello)
2. Работа с видео (InShot, LiveCollage, Lively, SUPA)
3. Работа с текстом (Пробел, Emojipedia, Gettags)
4. Создание сторис (Mojo)
5. Маски (Spark AR)
6. Планирование ленты (Inpreview, Coolors)
7. Постинг (SMMplanner, Reposter)
8. Аналитика (Webstagram, Feedspy, Datafan)
9. Конкурсы (Рандомус)
10. Активность в соцсети (SMM-geeks, DO INSTA, Social Hummer, Senler)

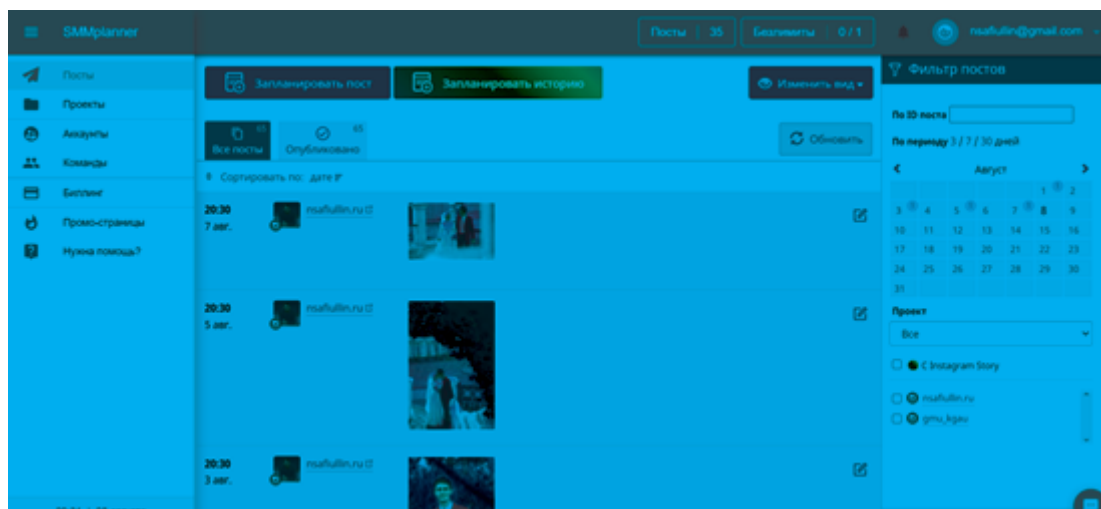


Рисунок.1 Сервис отложенной публикации в Инстаграме SMMplanner

Например, сервис SMMplanner является системой управления постами в социальных сетях, который использует отложенный постинг. Специалисты отдела связей с общественностью в органах государственной власти могут с помощью сервиса планировать контент заранее и публиковать его в удобное для аудитории время. Все необходимые инструменты находятся в одном web-приложении. Сервисом SMMplanner уже воспользовались более 800 000 пользователей и опубликовали более 100 000 000 постов. Правильно выстроенный во времени план публикаций создает у аудитории привычку, удерживает их внимание к аккаунту и вовлекает в происходящие процессы, что, в свою очередь, формирует положительный образ органа власти и повышает доверие граждан к нему.

Цифровая среда породила целый ряд новых авторитетов. Сегодня блогеры уже входят в список самых влиятельных людей мира, а охват одного их поста зача-

стью превышает дневную аудиторию некоторых СМИ. Поэтому госструктурам необходимо прибегать к influencer-маркетингу в своих стратегиях и развивать долгосрочные отношения с лидерами мнений. Одной из основных задач специалистов станет правильный выбор персоны, чье имя будет связано с органом власти. Согласно мнению экспертов, в 2020 году долгосрочные партнерские отношения между брендами и инфлюенсерами будут развиваться, поэтому длительные отношения позволят инфлюенсерам объединить свои творческие способности и опыт, что в конечном итоге приведет к более подлинным и эффективным кампаниям органов власти. Также важно осознавать ценность использования как микроинфлюсеров, которые могут решать задачи на местах, например при решении проблем в муниципальном районе или сельской местности.[2]

Репутация государственного служащего или политика – его фундаментальный ресурс. Социальные сети и скорость распространения информации в совокупности с проблемой фейковых новостей могут мгновенно разрушить репутацию любого человека, поэтому необходимо повышать квалификацию государственных служащих в поиске надежных источников и разрабатывать стратегии антикризисной коммуникации. Для решения проблемы верификации контента специалисты подразделений связи с общественностью должны проходить специальные образовательные программы. Например, Высшая школа экономики разработала программу «Фактчекинг: методология и инструментарий», которая позволит развить навыки сбора, анализа, структурирования информации для подготовки и реализации государственных проектов, развить навыки работы с источниками и критического восприятия информации, сформировать навыков индивидуальной и групповой работы при фактчекинге и понять принципы фактчекинга, верификации информации и логики исследовательских проектов.

Практически невозможно избежать темы искусственного интеллекта, в том числе и в сфере связей с общественностью в органах власти. Однако до сих пор нет четкого понимания, как развитие искусственного интеллекта может повлиять на будущее данной сферы. Исследования, связанные с заменой машин в ближайшем будущем пока не выглядят состоятельными. Но искусственный интеллект может взять на себя часть рутинных задач в ежедневной работе специалиста, а также помочь определить ряд полезных факторов: оптимальное время для запуска кампании, а также таргетинг сообщения на правильную аудиторию.

Доступность контента, очков и смартфонов позволит сделать VR-технологии удобным каналом коммуникаций с населением. Например, муниципальные органы власти могут предложить местным жителям с помощью технологий виртуальной реальности (специально разработанной программы, устанавливаемой в виде приложения на смартфон и VR очков), не вставая с дивана, познакомиться с планируемыми объектами муниципалитета, изучить планировку, интерьер, испытать эмоции, сравнимые с реальным присутствием на объекте.

Таким образом, использование современных цифровых механизмов в сфере связи с общественностью в органах власти позволит выстроить доверительные отношения между гражданами и государством. Предложенные механизмы являются лишь инструментами более эффективной работы сотрудников соответствующих подразделений.

Библиографический список

1. Цифровая трансформация PR в эпоху web 3.0 // Pressfeed. журнал URL: <https://news.pressfeed.ru/cifrovaya-transformaciya-pr-v-epoxu-web-3-0/> (дата обращения: 10.08.2020).
2. PR-тренды в эпоху цифровой трансформации. 5 инструментов современного пиарщика // Forbes URL: <https://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/343827-pr-trendy-v-epoxu-cifrovoy-transformacii-5-instrumentov-sovremennogo> (дата обращения: 10.08.2020).